

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ « АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»



УТВЕРЖАЮ
Ген. директор ЧУ ДПО «АБИТ»

2016г

/М.А.Павловская/

инициалы, фамилия

**«УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ
(МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ)»**

Рабочая программа курсов

Направление подготовки

Повышение квалификации

Череповец

2016 г.

Образовательную программу «**Управление продажами (менеджер по продажам)**»
составил: Миронова Т.А.

Образовательная программа утверждена

Протокол № 1 от 11.01.2016

Срок действия программы: 2016 уч. год (годы)

Ген. директор

Павловская М.А.

1.ЦЕЛЬ КУРСА «УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ (МЕНЕДЖЕР ПО ПРОДАЖАМ)»

Сформировать у слушателей комплекс теоретических знаний и практических навыков в области моделирования, максимально эффективного управления и контроля за продажами товаров и услуг. Систематизировать знания в области оперативного учета и облегчить способы его ведения, используя современную программу «1С:Управление торговлей».

2.НАВЫКИ, ПРИОБРЕТАЕМЫЕ ПО ОКОНЧАНИИ КУРСА

Программа включает в себя ключевые аспекты построения и управления процессов, связанных с продажей товаров и услуг компаний. Так, выбор и развитие стратегий управления и осуществления продаж позволят компаниям достигать все больших коммерческих результатов. Анализ и создание эффективной структуры подразделений продаж, которая обеспечит клиентов компании надлежащим уровнем делового взаимодействия.

Получить навыки обеспечения эффективного управление современным торговым предприятием. Знание программы «1С:Управление торговлей».позволяет автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций.

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование темы	Общий объем зан. в часах	Из них аудиторных	В том числе		Самостоятельная работа, часы	Промежуточная аттестация	Итоговая аттестация
				Лекций, час.	Практические занятия, час.			
Модуль 1	Управление продажами							
1	Общий менеджмент.	6	4	2	2	2		
2	Теория принятия управленческих решений.	6	4	2	2	2		
3	Основы маркетинга.	6	4	2	2	2		
4	Поведение потребителей и продвижение товара.	6	4	2	2	2	+	
5	Стратегии рыночного поведения фирмы	6	4	2	2	2		
6	Управление продажами	6	4	2	2	2		
7	Финансовые основы продаж.	8	6	2	4	2		
8	Основы планирования	9	6	2	4	3		

	продаж.							
9	Зачет	2	2		2		+	
Модуль 2	1С: Управление торговлей 8.3							
10	Настройка параметров учета.	9	6	2	4	3		
11	Работа со справочниками.	8	6	2	4	2		
12	Ввод остатков. Работа с отчетами.	10	8	2	6	2	+	
13	Продажа товара+ складские операции.	8	6	2	4	2		
14	Складские операции.	8	6	2	4	2		
15	Зачет	2	2		2			+
	Всего, ак.часов	100	72	26	46	28	+	+

4.СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ КУРСА

№	Наименование	Содержание
Модуль 1	Управление продажами	
1	Общий менеджмент.	Основы менеджмента. Цели и функции менеджмента. Структура правления организацией. Технология и методы менеджмента. Социально-психологические аспекты менеджмента.
2	Теория принятия управленческих решений.	Предмет и методы теории принятия управленческих решений. Основные методические подходы и факторы, влияющие на принятие правленческих решений. Математические методы при принятии решений.
3	Основы маркетинга.	Сущность и функции маркетинга. Методология принятия решений в маркетинге. Сущность и особенности маркетингового планирования. Факторы, детерминирующие маркетинговую деятельность. Анализ маркетинговых возможностей. Разработка комплекса маркетинговых мер.
4	Поведение потребителей и продвижение товара.	Модель процесса принятия решения потребителем. Процесс обработки информации потребителем. Прикладные модели коммуникации. Интегрированные стратегические коммуникации. Определение стратегических целей и целевые аудитории. Позиционирование. Процесс разработки плана продвижения. Исследование и оценка отдельных видов продвижения и продвижения в целом
5	Стратегии рыночного поведения фирмы	Роль маркетинга в стратегическом планировании предприятия. Процесс и процедуры разработки маркетинговых стратегий. Типы маркетинговых

		стратегий. Оценка текущего состояния бизнеса и выбор стратегических траекторий.
6	Управление продажами	Сущность и модели управления продажами. Выбор эффективной стратегии в сбытовом канале. Прогнозирование продаж. Планирование работ. Управление торговым персоналом. Персональные продажи: стратегия и психология продаж. Оценка и контроль сбытовой деятельностью.
7	Финансовые основы продаж.	Структура баланса с точки зрения оценки эффективного управления активами. Оценка эффективности торговой деятельности на базе бухгалтерской отчетности. СVP - анализ.
8	Основы планирования продаж.	Планирование и бюджетирование производства и сбыта. Отличия планирование и прогнозирования, структура главного бюджета компании, структура бюджета, проекты отчета о прибыли и убытках, бюджет движения денежных средств. Виды бюджета. Особенности бюджетирования в коммерческих организациях.
Модуль 2	1С: Управление торговлей 8.3	
Тема 1.	Настройка параметров учета.	Знакомство с программой «1С: Управление торговлей» как с одной из программ комплекса «1С: Предприятие». Знакомство с интерфейсом программы. Настройка и заполнение параметров предприятия: сведения об организации, учетная политика, общие настройки системы. Настройка прав пользователя. Заполнение справочников: физические лица, склады, кассы, статьи затрат. Работа с классификаторами: банки, единицы измерения, страны мира. Удаление объектов.
Тема 2.	Работа со справочниками.	Заполнение справочника Контрагенты (сведения о поставщиках, покупателях, реализаторах и комитентах). Заполнение справочника Номенклатура (ввод информации о товаре, услугах, наборах). Формирование цен и скидок на товары (типы цен для поставщиков и покупателей). Работа с документами. Ценообразование (установка цен номенклатуры, установка скидок). Печать прайс – листа. Проверочная работа.
Тема 3.	Ввод остатков. Работа с отчетами.	Ввод начальных остатков (остатки товаров, остаток в кассе, на расчетном счете, состояние взаиморасчетов). Проверка результатов работы в отчетах (взаиморасчеты с контрагентами, остатки и движение товара, движение денежных средств). Работа с кассовыми и банковскими документами (приходные, расходные кассовые ордера, платежное поручение, банковская выписка). Учет расчетов с подотчетными лицами (выдача денежных средств в подотчет, авансовый отчет, возврат неиспользованных

		подотчетных сумм). Формирование отчетов.
Тема 4.	Продажа товара+ складские операции.	Регистрация заявки от покупателей в программе. Выписка счета на оплату для покупателей. Продажа товара по предоплате и в кредит (реализация товаров и услуг, счет – фактура выданная). Взаиморасчеты с покупателями (оплата за наличный и безналичный расчет). Дополнительные расходы при продаже товаров. Возврат товаров от покупателей. Возврат денежных средств покупателю. Формирование отчетов (взаиморасчеты с контрагентами, отчет о продажах).
Тема 5.	Складские операции.	Складские операции (перемещение товаров, инвентаризация товаров, списание, оприходование товаров). Продажа товаров в розницу (Чек ККМ, закрытие кассовой смены, сдача выручки в кассу организации). Оформление возврата товаров в рознице (в день продажи и после закрытия кассовой смены). Работа с реализаторами и комитентами (контрагенты, выступающие по договору комиссии

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Перечень специализированного оборудования (ПК, ноутбук, мультимедийный проектор, мобильная мебель для организации групповой работы, оборудование для проведения лабораторных работ и т.п.).

Наименование и номер учебной аудитории (лаборатории, класса), ее характеристика	Площадь м ²	Кол-во посад. мест
Лекционная аудитория № 6, оснащенная мультимедиапроектором, средствами выхода в Интернет и на кабельное ТВ	20	8
Аудитория № 5 – Компьютерный класс (5 машин)	18,5	4
Аудитория № 4 – Компьютерный класс (3 машин)	16,2	3

6.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Закон РФ «О защите прав потребителей»
2. Нормативные документы, регулирующие коммерческую деятельность на территории Российской Федерации
3. Правила торговли с изменениями и дополнениями
4. Аллен П., Вуттен Дж. Продажи. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2014.
5. Ветроградов В.. Управление продажами. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2012.
6. Гитомир Дж.. Принципы Паттерсона и продажи в XXI веке. - СПб.: Питер, 2015.
7. Джобер Д., Ланкастер Д. Поведение и управление продажами. - М.: ЮНИТИ, 2012.
8. Завадский М.. Мастерство продажи. - СПб.: Питер, 2014.
9. Богачева Т.Г. «1С: Предприятие 8. Управление торговыми операциями в вопросах и ответах». Издание 3 (+CD) (для ред. 10.3 конфигурации «Управление торговлей» и ред. 1.3 конфигурации «Управление производственным предприятием»).

10. Грянина Е.А. , Харитонов С.А. «Секреты профессиональной работы с «1С: Бухгалтерией 8» (ред. 2.0). Учет торговых операций».
11. Богачева Т.Г. «1С: Предприятие 8. Управление торговыми операциями в вопросах и ответах». Издание 4 (+CD) (для ред. 11 конфигурации «Управление торговлей») Практика применения программы «1С: Управление Торговлей 8» Ред. 11.
12. <http://www.e-college.ru> Управление продажами. Учебный курс.
13. marketing.al.ru – «Бизнес в сетях» – На сайте собрана информация по маркетингу (в основном, теоретического характера).
14. www.4p.ru – «4p.ru – журнал по маркетингу» – Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети.
15. www.aup.ru – Менеджмент и маркетинг в бизнесе. Содержит раздел, посвященный вопросам маркетинговой, рекламной и сбытовой деятельности на предприятии
16. www.marketing.spb.rupb.ru – Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера.